Revista PPC – Políticas Públicas e Cidades
ISSN: 2359-1552

Artigo

MEDIA, POLÍTICA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS NA ERA DIGITAL: ESTRATÉGIAS DE PROPAGANDA ATRAVÉS DE PLATAFORMAS DIGITAIS

MEDIA, POLITICS AND INTERNATIONAL RELATIONS IN THE DIGITAL AGE: PROPAGANDA STRATEGIES THROUGH DIGITAL PLATFORMS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES EN LA ERA DIGITAL: ESTRATEGIAS DE PROPAGANDA A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DIGITALES

Manuel Adelino Quilala
Doutorando em Ciências Sociais, Especialidade Ciência Política, Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Agostinho Neto, Luanda, Angola.
E-mail: quilalamovicel@gmail.com

RESUMO
Este artigo analisa a instrumentalização de plataformas digitais como infraestruturas centrais para propaganda e desinformação na intersecção contemporânea entre media, política e relações internacionais. Através de análise crítica da literatura e de estudo de caso sobre a guerra Rússia-Ucrânia (2022-2025), argumenta-se que as lógicas de plataformização, os algoritmos de curadoria e a micro-segmentação de audiências reconfiguram estruturalmente a esfera pública transnacional. Diferentemente das abordagens que tratam a desinformação como disfunção tecnológica, propõe-se uma leitura que a situa como instrumento deliberado de guerra híbrida e disputa de poder simbólico. O contributo original reside na articulação sistemática entre teorias clássicas de propaganda (Ellul, Chomsky) e conceitos contemporâneos de soft power digital (Nye), diplomacia de plataformas e governação algorítmica. O estudo identifica seis técnicas primárias de desinformação digital, discute as respostas comunicacionais da Ucrânia e avalia as implicações para o Sul Global, com atenção particular ao contexto africano.

Palavras-chave: Comunicação Política. Propaganda Digital. Desinformação. Plataformas Digitais. Relações Internacionais. Soberania Informacional. África.

ABSTRACT
This article examines the weaponization of digital platforms as core infrastructures for propaganda and disinformation at the contemporary intersection of media, politics, and international relations. Through critical literature analysis and case study of the Russia-Ukraine war (2022-2025), it is argued that platform logics, algorithmic curation, and audience micro-segmentation structurally reconfigure the transnational public sphere. Unlike approaches treating disinformation as technological malfunction, the study

DOI: https://doi.org/10.23900/2359-1552v15n4-43-2026
Submitted on: 3.27.2026 | Accepted on: 4.22.2026 | Published on: 4.29.2026

ISSN: 2359-1552

proposes a theoretical reading that positions it as a deliberate instrument of hybrid warfare and symbolic power contestation. The original contribution lies in the systematic articulation between classical propaganda theories (Ellul, Chomsky) and contemporary concepts of digital soft power (Nye), platform diplomacy, and algorithmic governance. The study identifies six primary digital disinformation techniques, assesses Ukraine's communicative responses and their structural limitations, and discusses the implications for the Global South with particular attention to the African context.

Keywords: Political Communication. Digital Propaganda. Disinformation. Digital Platforms. International Relations. Informational Sovereignty. Africa.

RESUMEN

Este artículo examina la instrumentalización de las plataformas digitales como infraestructuras centrales de propaganda y desinformación en la intersección contemporánea entre medios de comunicación, política y relaciones internacionales. Mediante análisis crítico de la literatura y estudio de caso sobre la guerra Rusia-Ucrania (2022-2025), se argumenta que las lógicas de plataformización, los algoritmos de curación y la microsegmentación de audiencias reconfiguran estructuralmente la esfera pública transnacional. La contribución original reside en la articulación sistemática entre teorías clásicas de propaganda (Ellul, Chomsky) y conceptos contemporáneos de poder blando digital (Nye), diplomacia de plataformas y gobernanza algorítmica. El estudio identifica seis técnicas primarias de desinformación digital, evalúa las respuestas comunicacionales de Ucrania y debate las implicaciones para el Sur Global con atención especial al contexto africano.

Palabras clave: Comunicación Política. Propaganda Digital. Desinformación. Plataformas Digitales. Relaciones Internacionales. Soberanía Informacional. África.

INTRODUÇÃO

A transformação digital das últimas duas décadas alterou as dinâmicas de poder entre media, política e relações internacionais. Plataformas como Facebook/Meta, X (Twitter), TikTok e Telegram não funcionam como canais neutros de comunicação: são infraestruturas políticas que condicionam, filtram e monetizam a atenção pública segundo lógicas proprietárias opacas (GILLESPIE, 2018, p. 254; SRNICEK, 2017, p. 43). Esta condição infraestrutural confere às plataformas capacidade geopolítica de amplificar ou silenciar actores políticos, modular visibilidades e facilitar operações coordenadas de influência em escala transnacional.

ISSN: 2359-1552

O problema central que estrutura esta investigação pode ser formulado nos seguintes termos: de que modo as arquitecturas técnicas das plataformas digitais favorecem novas estratégias de propaganda e desinformação, alterando as relações tradicionais entre media, opinião pública e poder nas relações internacionais? A pergunta não é nova, pois as preocupações com o uso dos media para fins de manipulação política remontam pelo menos à Primeira Guerra Mundial (LASSWELL, 1927). O que distingue o presente momento é a combinação de escala transnacional, personalização granular e opacidade dos mecanismos de influência, tornando o diagnóstico e a resposta politicamente mais difíceis.

Nas democracias do Sul Global, incluindo os países africanos, as plataformas digitais funcionam frequentemente como principal veículo de informação política para populações jovens e urbanas, em contextos onde o jornalismo profissional tem recursos limitados e os mecanismos de verificação factual estão pouco consolidados. A vulnerabilidade à desinformação digital não é patologia exclusiva das democracias ocidentais: é condição partilhada por todos os sistemas políticos que dependem de plataformas cujas regras são definidas por corporações sediadas em Silicon Valley ou Pequim. É igualmente relevante delimitar o campo conceptual: propaganda e desinformação não são sinónimos. A propaganda pode ser factualmente acurada e ainda assim ser manipuladora pela selecção e enquadramento estratégico dos factos. Tratar os dois conceitos como equivalentes conduz à subestimação de formas de influência que não dependem da falsidade, mas da curadoria selectiva da verdade.

TEORIAS CLÁSSICAS DE PROPAGANDA E COMUNICAÇÃO POLÍTICA

A propaganda ocupa posição central na intersecção entre Ciência Política e Teoria da Comunicação desde o século XX. Seguindo Jowett e O'Donnell (2019, p. 7), define-se propaganda como a tentativa deliberada e sistemática de definir percepções, influenciar cognições e dirigir comportamentos para alcançar respostas que avancem a intenção do propagandista. Esta definição distingue a

propaganda da persuasão, que pode ser recíproca, e da educação, que procura dotar o receptor de capacidade de julgamento autónomo.

Edward Bernays demonstrou no início do século XX que a manipulação da opinião pública em larga escala era tecnicamente possível e comercialmente rentável. A sua obra Propaganda (1928) argumenta que a engenharia do consentimento é a prática natural nas democracias de massa: governos e corporações que não controlem a narrativa pública serão superados pelos que o fazem.

Jacques Ellul, na obra seminal Propagandes (1962), distinguiu propaganda política de propaganda sociológica e antecipou dinâmicas contemporâneas ao argumentar que a propaganda moderna opera não pela imposição autoritária, mas pela integração psicológica voluntária dos indivíduos nas estruturas de poder, mediante repetição, simplificação e apelo emocional (ELLUL, 1973, pp. 61-87).

Chomsky e Herman, em Manufacturing Consent (1988), sistematizaram o modelo dos cinco filtros que alinham a informação mediática com os interesses das elites. No contexto digital, as plataformas introduzem um sexto filtro: a curadoria algorítmica que opera através de métricas de engagement comercial, indiferente à acuidade factual do conteúdo (BUCHER, 2018, p. 68). A heurística de Lasswell (1927) quem diz o quê, em que canal, a quem, com que efeito preserva utilidade analítica no contexto digital, ainda que o receptor seja também produtor e o emissor se diversifique em Estados, influenciadores patrocinados e contas anónimas coordenadas.

Da Desinformação à Desordem Informacional: Tipologias Contemporâneas

Claire Wardle e Hossein Derakhshan, no relatório Information Disorder (2017) para o Conselho da Europa, propuseram uma tipologia tripartida: mis-information (informação falsa partilhada sem intenção maliciosa); dis-information (informação deliberadamente falsa criada para causar dano); e mal-information (informação factualmente verdadeira usada para prejudicar, como leaks selectivos). Esta tipologia oferece maior precisão analítica do que a designação popular de fake news, que o discurso político instrumentalizou para desacreditar

jornalismo adversarial legítimo. A condição estrutural que torna a desordem informacional um problema sistémico é a monetização da atenção: as plataformas remuneram indiferentemente a informação acurada e a manipulada.

Vosoughi, Roy e Aral (2018), analisando 126.000 cascatas de informação no Twitter entre 2006 e 2017, concluíram que notícias falsas se difundem 6 vezes mais rapidamente que notícias verdadeiras, alcançando audiências 70% maiores (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018, p. 1146).

Esta vantagem não provém de bots, responsáveis por apenas 20% da difusão, mas de escolhas humanas: conteúdos falsos tendem a ser mais novos e emocionalmente intensos, gerando surpresa e indignação emoções que os algoritmos de recomendação amplificam para maximizar engagement comercial (ibidem, p. 1149).

A pandemia de COVID-19 demonstrou a escala global do problema. A OMS cunhou o termo infodemia para descrever a superabundância de informação, acurada ou não, que dificulta a tomada de decisões informadas durante crises de saúde pública (WHO, 2020). A infodemia vacinal custou vidas mensuráveis em múltiplos países, tornando insustentável a posição das plataformas como hospedeiros passivos de conteúdo.

Investigação recente sobre prebunking indica que a exposição prévia a versões atenuadas das técnicas de manipulação gera resistência psicológica à desinformação, sendo alternativa mais escalável do que o fact-checking reactivo (COMPTON; IVANOV; MORRISON, 2016).

Propaganda Computacional e Milícias Digitais

Samuel Woolley e Philip Howard (2018) introduziram o conceito de propaganda computacional, definida como o uso de algoritmos, automação e curadoria humana para difundir intencionalmente informação enganosa em redes sociais. Este fenómeno distingue-se da propaganda tradicional por três características: automação via bots e scripts; micro-targeting com segmentação psicográfica para mensagens personalizadas; e viralidade arquitectada, que explora o design das plataformas para distorcer percepções de consenso social (WOOLLEY; HOWARD, 2018, p. 4).

A distinção entre bots, contas totalmente automatizadas, e cyborgs, que combinam automação com curadoria humana, é analiticamente relevante: os segundos evitam a detecção algorítmica por produzirem conteúdo suficientemente variado para parecer orgânico (ibidem, p. 73).

As milícias digitais são a manifestação organizacional da propaganda computacional. O caso da Internet Research Agency (IRA) russa, exposto pelo Relatório Mueller (2019), é paradigmático: a agência operava com orçamento estimado de 1,25 milhões USD mensais, empregando centenas de operadores para criar personas falsas em Facebook, Twitter e Instagram, gerando 126 milhões de impressões, com departamentos especializados por tema (raça, religião, imigração) para aprofundar clivagens pré-existentes na sociedade americana (U.S. DEPARTMENT OF JUSTICE, 2019, pp. 14-35).

A dimensão económica da desinformação industrial é igualmente relevante: durante a campanha americana de 2016, jovens macedónios geriam dezenas de sítios de notícias falsas pró-Trump, monetizando o tráfego gerado através de publicidade programática, o que cria incentivos para a produção de desinformação independentes de qualquer agenda política (SUBRAMANIAN, 2017).

Plataformas Digitais como Infraestruturas Políticas

Tarleton Gillespie (2018) argumenta que as plataformas não são intermediários neutros, mas curadores activos que definem os discursos públicos através de decisões de design, políticas de moderação e algoritmos opacos. Nick Srnicek (2017), em Platform Capitalism, caracteriza-as como infraestruturas extratoras de dados com três implicações políticas directas: a criação de activos de inteligência sobre populações para micro-targeting político; a formação de monopólios naturais que centralizam o poder informacional em poucos actores transnacionais; e a opacidade algorítmica que impede a accountability democrática dos sistemas de distribuição de informação.

Van Dijck, Poell e De Waal (2018) complementam com o conceito de sociedade de plataforma, onde as instituições sociais incluindo o jornalismo, a

educação e a saúde tornam-se dependentes de infraestruturas privadas que impõem as suas próprias lógicas.

Os algoritmos de recomendação optimizam engagement comercial, não bem-estar cívico: publicações que expressam raiva e indignação geram quatro vezes mais engagement que conteúdos neutros (BRADY et al., 2020, p. 7729), criando câmaras de eco que fragmentam a esfera pública. Importa, porém, matizar esta conclusão: Guess et al. (2023) demonstraram que a auto-selecção ideológica explica mais polarização do que os filtros algorítmicos per se. Os algoritmos amplificam predisposições humanas pré-existentes, numa relação co-constitutiva entre design técnico e comportamento social, o que impede atribuir à arquitectura das plataformas toda a responsabilidade pelo fenómeno.

A capacidade de micro-segmentar audiências com base em traços psicográficos demonstrada pelo caso Cambridge Analytica nas eleições americanas de 2016 e no Brexit cria assimetrias de informação entre actores políticos bem financiados e os cidadãos, que não sabem o que está a ser comunicado a quem. Esta assimetria representa uma ameaça à igualdade política que os sistemas regulatórios tradicionais não foram concebidos para endereçar.

METODOLOGIA

Este trabalho adopta abordagem qualitativa, sustentada em dois pilares complementares: (i) revisão crítica de literatura multidisciplinar que articula comunicação política, estudos de plataformas e relações internacionais; e (ii) estudo de caso do conflito Rússia-Ucrânia (2022-2025), seleccionado por ser o primeiro conflito de alta intensidade da era das plataformas digitais maduras, com documentação extensa por organismos independentes e governos.

A análise documental incidiu sobre quatro categorias de fontes: relatórios de organismos especializados em desinformação digital (DFRLab, EU vs Disinfo, NATO StratCom CoE, Stanford Internet Observatory); documentos governamentais e judiciais, nomeadamente o Relatório Mueller (U.S. Department of Justice, 2019) e comunicações oficiais ucranianas; literatura científica revisada por pares nas áreas de comunicação política, ciência política

e estudos de internet; e cobertura jornalística de meios com credenciais editoriais estabelecidas. O período de análise abrange Fevereiro de 2022 a Março de 2025.

A sistematização das técnicas de desinformação seguiu a grelha tipológica de Woolley e Howard (2018) para propaganda computacional, combinada com a tipologia de desordem informacional de Wardle e Derakhshan (2017). Esta dupla grelha distingue entre técnicas ao nível da produção (deepfakes, documentos falsificados), da distribuição (redes de bots, hijacking de hashtags, flooding) e da amplificação (micro-targeting, exploração de plataformas específicas). A classificação das técnicas identificadas foi confrontada com as categorizações adoptadas pelos organismos especializados referenciados, o que permitiu verificar consistência entre quadros analíticos independentes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Actores, Objectivos e Estrutura Institucional

A guerra Rússia-Ucrânia (iniciada em Fevereiro de 2022) documenta com densidade empírica sem precedentes o funcionamento da guerra híbrida, que combina operações militares com campanhas de desinformação e manipulação informacional em escala global (GILES, 2016). O ecossistema russo de desinformação organiza-se em três camadas (NATO STRATCOM COE, 2021): a camada institucional, que inclui o Ministério da Defesa, o Ministério dos Negócios Estrangeiros e os media estatais RT e Sputnik; a camada dos proxies semi-oficiais, que inclui a Internet Research Agency e redes de canais Telegram pró-Kremlin; e a camada de amplificação descentralizada, composta por bots, influenciadores remunerados e comunidades orgânicas sem coordenação directa detectável.

O Atlantic Council's DFRLab (2024) identificou quatro objectivos estratégicos primários, sintetizados no 4D Framework (NATO STRATCOM COE, 2015, p. 12): Dismiss (desacreditar fontes ucranianas e ocidentais); Distort (manipular factos reais, como atribuir à Ucrânia o bombardeamento da maternidade de Mariupol); Distract (saturar o espaço informacional com

narrativas alternativas); e Dismay (criar sensação de futilidade da resistência, como as afirmações de que Zelensky tinha abandonado Kiev nas primeiras horas da invasão). A análise temporal revela adaptação estratégica: na fase inicial (Fevereiro-Maio de 2022) predominaram a negação factual e a saturação narrativa; na fase intermédia (2022-2023), as campanhas focaram-se na fadiga ucraniana e nas divisões ocidentais; a partir de 2024, as operações dirigem-se crescentemente a audiências eleitorais em países da NATO.

A estratégia comunicacional ucraniana, mais reactiva mas notavelmente ágil, centrou-se na figura de Zelensky, que transformou a presidência numa performance de autenticidade através de vídeos diários no Telegram, discursos em parlamentos estrangeiros via Zoom e presença constante em X (GAUFMAN, 2022). A estrutura ucraniana apoia-se no Centro de Comunicações Estratégicas e Segurança da Informação (SPRAVDI), na rede StopFake (fundada em 2014 após a anexação da Crimeia) e no IT Army of Ukraine, com mais de 300 mil membros. Um elemento diferenciador foi a transparência deliberada sobre atrocidades: ao contrário dos padrões habituais de gestão de informação em tempo de guerra, a Ucrânia divulgou sistematicamente imagens de Bucha, Irpin e Mariupol, apostando na reacção emocional do público global para contrariar as contra-narrativas russas.

Seis Técnicas Primárias de Desinformação Digital

A técnica mais documentada no conflito foi a mobilização de redes de bots e contas falsas. O DFRLab (2022) identificou redes com mais de 10.000 contas inautênticas a amplificar hashtags pró-Kremlin nas primeiras 48 horas da invasão, com 87% das contas identificadas a nunca interagir fora do agrupamento. O mecanismo de amplification laundering — em que bots amplificam conteúdo citado depois por media legítimos como expressão de opinião popular — é um dos vectores mais eficazes de contaminação informacional (DFRLAB, 2022, pp. 8-11).

Aliada a esta estratégia, mas diferente em natureza, surge a produção de deepfakes e cheapfakes. O deepfake de Zelensky (16 de Março de 2022), que o mostrava a apelar à rendição, alcançou 8,2 milhões de visualizações em 6 horas.

O objectivo não é necessariamente enganar audiências sofisticadas: é gerar confusão suficiente para degradar a confiança na autenticidade de qualquer vídeo, incluindo os genuínos. Os cheapfakes são mais comuns e tecnicamente acessíveis: vídeos de exercícios militares de 2018 apresentados como combate real, ou imagens de outros conflitos descontextualizadas (STOPFAKE, 2022).

A saturação narrativa, tecnicamente designada Gish Gallop — consiste em apresentar múltiplas alegações falsas em simultâneo, sobrecarregando a capacidade de verificação factual. Nas primeiras semanas da invasão, as narrativas russas alternavam entre a negação da invasão, a sua caracterização como desnazificação humanitária, a atribuição à Ucrânia da iniciativa do conflito e a afirmação de que as atrocidades eram fabricações da OTAN, impedindo a consolidação de qualquer narrativa factual única (NIMMO, 2022).

O sequestro de hashtags revela outra dimensão da instrumentalização algorítmica. Bots russos apropriaram hashtags pró-Ucrânia com spam para degradar o seu valor informacional e criaram tendências artificiais (#UkraineNazis, #BioLabsUkraine), explorando os algoritmos de trending para influenciar percepções de consenso entre utilizadores que interpretam as tendências como reflexo genuíno da opinião pública (NIMMO et al., 2022, p. 19).

A micro-segmentação psicográfica explica como a mesma campanha é percebida como pró-democrática por uns e anti-imperialista por outros. As evidências disponíveis indicam mensagens diferenciadas por audiência: ênfase em valores tradicionais e retórica anti-LGBT para a extrema-direita europeia; narrativas anti-coloniais para o Sul Global; e a ameaça existencial de desnazificação para as audiências russas domésticas (OCDE, 2022, pp. 34-36). A segmentação cria divisão sem exigir coerência: basta que cada grupo receba a mensagem que amplifica as suas predisposições.

Por fim, a circulação de documentos forjados e a exploração de leaks selectivos completam o repertório. Em Abril de 2022, media pró-russos circularam alegados planos secretos da OTAN com logotipos falsificados do Pentágono, gerando cobertura no Sul Global e ilustrando a técnica de lancet spreading: plantar informação falsa em outlets menores com menor capacidade

de verificação antes de amplificar para plataformas de maior alcance (EU VS DISINFO, 2022).

Plataformas Preferenciais e Dinâmicas Específicas

O Telegram é a plataforma primária para ambos os lados do conflito, dada a encriptação, a baixa moderação e a possibilidade de canais com subscritores ilimitados. Canais russos como Rybar publicam 20 a 30 actualizações diárias; a Ucrânia usa-o para comunicação oficial, alertas de ataques aéreos e distribuição de contra-narrativa. O X (Twitter) é preferido para alcance ocidental e visibilidade jornalística; após a aquisição por Elon Musk em Outubro de 2022, investigadores do DFRLab documentaram degradação da moderação, com contas russas previamente suspensas a ser reactivadas e aumento expressivo de desinformação pró-Kremlin identificável (ATLANTIC COUNCIL DIGITAL FORENSIC RESEARCH LAB, 2024).

O TikTok é usado principalmente pela Ucrânia para alcançar audiências jovens globais: a hashtag #StandWithUkraine alcançou 12 mil milhões de visualizações. O Facebook permanece a plataforma de maior alcance global, especialmente relevante nas operações destinadas ao Sul Global e às comunidades da diáspora, com narrativas russas a circular em grupos fechados e em línguas diferentes do inglês, onde a moderação da Meta é comprovadamente inferior (MOZUR; SATARIANO; ZHONG, 2022).

O WhatsApp merece atenção especial como vector de desinformação no Sul Global, incluindo em África. A encriptação de ponta a ponta torna a monitorização tecnicamente impossível à escala. Estudos no Brasil, na Índia e em vários países africanos demonstram que o WhatsApp é o principal veículo de difusão de desinformação eleitoral em contextos de elevado índice de iliteracia digital, onde vídeos e imagens com afirmações falsas circulam em grupos familiares e comunitários sem qualquer mecanismo de verificação (RESENDE et al., 2019).

Resposta Ucraniana: Transparência, Verificação e Mobilização

A estratégia ucraniana assenta em três pilares. O primeiro é a transparência radical: Zelensky publica vídeos diários com cenários reconhecíveis de Kyiv, criando prova de vida que contrapõe narrativas russas de colapso do Estado. O segundo é o ecossistema de verificação factual: o StopFake opera com jornalistas voluntários que publicam desmentidos em 13 idiomas, em colaboração com plataformas para rotulagem de desinformação, embora com a limitação estrutural de reagir à propagação inicial em vez de a prevenir.

O terceiro é a diplomacia de influenciadores: a Ucrânia mobilizou figuras com soft power cultural global para audiências que não consomem jornalismo convencional. Arnold Schwarzenegger publicou um vídeo de 9 minutos dirigido ao povo russo com 50 milhões de visualizações, e o governo ucraniano criou um programa de briefings para influenciadores digitais internacionais, configurando uma forma de diplomacia pública que contorna os media tradicionais.

A efectividade desta estratégia é limitada no tempo. O apoio ocidental nos primeiros meses foi amplamente atribuído à eficácia comunicacional ucraniana; no médio prazo, porém, a fadiga informacional e o crescimento de forças políticas favoráveis à redução do apoio demonstram que a narrativa tem horizonte temporal finito. Importa ainda reconhecer a tensão normativa que esta estratégia encerra. A literatura revista neste trabalho em particular Ellul (1973) e Jowett e O'Donnell (2019) advertiu para os riscos do apelo emocional como instrumento de mobilização.

A resposta ucraniana recorre precisamente a esses instrumentos: vídeos de atrocidades, personalização presidencial, activação emocional de audiências estrangeiras. A distinção mais sustentável entre propaganda manipuladora e comunicação estratégica legítima reside não nas técnicas, mas na relação com os factos: a mobilização emocional ucraniana ancora-se em acontecimentos verificáveis, enquanto a desinformação russa constrói realidades fictícias. Esta distinção é analiticamente clara mas politicamente contestável, o que exige que qualquer avaliação normativa destas estratégias seja feita com explicitação dos critérios adoptados.

ISSN: 2359-1552

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo argumentou que as plataformas digitais funcionam como infraestruturas políticas através das quais se exercem novas formas de propaganda e desinformação. A análise do conflito Rússia-Ucrânia revelou padrões sistemáticos: exploração de vieses algorítmicos, fragmentação narrativa por saturação informacional, micro-targeting de audiências segmentadas e instrumentalização de emoções para fins estratégicos. Estes padrões não são exclusivos deste conflito; compõem um repertório técnico que se difunde entre actores políticos em contextos distintos, com Angola e os países do Sahel como casos africanos documentados.

Do ponto de vista teórico, o estudo estabelece quatro articulações com implicações analíticas directas. A articulação entre teorias clássicas de propaganda e conceitos contemporâneos de plataformização identifica continuidades históricas e rupturas técnicas: a propaganda não é invenção digital, mas as plataformas conferem-lhe escala e personalização que alteram a natureza do fenómeno.

A tipologia tripartida de desinformação distinguindo entre tácticas sobre eventos concretos, narrativas estruturantes sobre identidades e legitimidades, e opacidade que torna qualquer informação suspeita permite análise mais precisa do que a dicotomia simples de verdade versus falsidade. A mediação algorítmica exige reformulação da teoria habermasiana da esfera pública, incorporando as dimensões técnicas e económicas que condicionam a deliberação. Por fim, os impactos da desinformação digital transcendem o contexto ocidental, com vulnerabilidades específicas nos países africanos que a literatura dominante subestima sistematicamente.

A regulação das plataformas é o nó central das políticas públicas de combate à desinformação. A experiência europeia com o Digital Services Act demonstra que a regulação obrigatória é politicamente viável e tecnicamente implementável. Esta é, em última análise, uma questão de governação que não se resolve apenas com tecnologia ou regulação, mas com investimento continuado nas condições institucionais da deliberação democrática.

REFERÊNCIAS

ALESINA, A.; GIULIANO, P. Culture and institutions. Journal of Economic Literature, v. 53, n. 4, p. 898-944, 2015. https://doi.org/10.1257/jel.53.4.898

ATLANTIC COUNCIL DIGITAL FORENSIC RESEARCH LAB (DFRLab). Undermining Ukraine: how Russia widened its global information war. Washington, DC: Atlantic Council, 2024. Disponível em: https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine/. Acesso em: 21 jan. 2026.

BERNAYS, E. L. Propaganda. Nova Iorque: Horace Liveright, 1928.

BJOLA, C.; HOLMES, M. Digital diplomacy: theory and practice. Londres: Routledge, 2015.

BOLIN, G.; STÅHLBERG, P. Media and war: social media used by Russia and Ukraine as a propaganda tool during the invasion. Journal of International Studies in Information, Education and Research, v. 1, n. 1, p. 63-79, 2024.

BRADY, W. J. et al. An ideological asymmetry in the diffusion of moralized content on social media among political leaders. Journal of Experimental Psychology: General, v. 149, n. 7, p. 1721-1729, 2020. https://doi.org/10.1037/xge0000897

BUCHER, T. If…then: algorithmic power and politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.

CHOMSKY, N.; HERMAN, E. S. A fabricação do consenso: a economia política dos meios de comunicação. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. (Obra original publicada em 1988.)

COMPTON, J.; IVANOV, B.; MORRISON, K. Inoculation and attitude measurement: how attitude measurement is being manipulated into creating mismatches. Communication Reports, v. 29, n. 1, p. 1-11, 2016.

DIGITAL FORENSIC RESEARCH LAB (DFRLab). #UkraineFacts: preliminary analysis of bot activity on Twitter. [S.l.]: DFRLab, 2022. Disponível em: https://medium.com/dfrlab/ukrainefacts-preliminary-analysis-9319ed390939. Acesso em: 21 jan. 2026.

ELLUL, J. Propaganda: a formação das atitudes dos homens. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976. (Obra original publicada em 1962.)

EU VS DISINFO. The Kremlin's forged documents: a comparative analysis. [S.l.]: EU vs Disinfo, 2022. Disponível em: https://euvsdisinfo.eu/the-kremlins-forged-documents/. Acesso em: 21 jan. 2026.

FRASER, N. Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy. Social Text, n. 25/26, p. 56-80, 1990.

GAUFMAN, E. The performativity of authenticity in times of war: Volodymyr Zelenskyy's digital communication. European Journal of Cultural Studies, v. 25, n. 6, p. 1709-1715, 2022. https://doi.org/10.1177/13675494221132461

GILLESPIE, T. Custodians of the internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018.

GILES, K. Russia's 'new' tools for confronting the West. Londres: Chatham House, 2016.

GUESS, A. M. et al. How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? Science, v. 381, n. 6656, p. 398-404, 2023. https://doi.org/10.1126/science.abp9364

HABERMAS, J. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. (Obra original publicada em 1962.)

IYENGAR, S. et al. The origins and consequences of affective polarization in the United States. Annual Review of Political Science, v. 22, p. 129-146, 2019. https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034

JOWETT, G. S.; O'DONNELL, V. Propaganda & persuasion. 7. ed. Thousand Oaks: SAGE, 2019.

LASSWELL, H. D. Propaganda technique in the World War. Nova Iorque: Alfred A. Knopf, 1927.

MACHADO, C. et al. News and political information consumption in Brazil: mapping the first round of the 2018 Brazilian presidential election on Twitter. Oxford: Oxford Internet Institute, 2019.

MISKIMMON, A.; O'LOUGHLIN, B.; ROSELLE, L. Strategic narratives: communication power and the new world order. Londres: Routledge, 2013.

MOZUR, P.; SATARIANO, A.; ZHONG, R. Disinformation for hire, a shadow industry, is quietly booming. The New York Times, Nova Iorque, 25 jul. 2022.

NATO STRATEGIC COMMUNICATIONS CENTRE OF EXCELLENCE (STRATCOM COE). Analysis of Russia's information campaign against Ukraine. Riga: NATO StratCom COE, 2015.

NATO STRATEGIC COMMUNICATIONS CENTRE OF EXCELLENCE (STRATCOM COE). Robotrolling 2020/21. Riga: NATO StratCom COE, 2021.

NIMMO, B. Gish gallop goes digital: Russia's multipronged information warfare. In: KOWALSKI, M. (Ed.). Propaganda and disinformation in the digital age. Nova Iorque: Columbia University Press, 2022. p. 112-128.

NIMMO, B. et al. Operation secondary infektion. Graphika Report, Nova Iorque: Graphika, 2022. Disponível em: https://graphika.com/reports/operation-secondary-infektion. Acesso em: 21 jan. 2026.

NYE, J. S. O futuro do poder. São Paulo: Benvirá, 2011.
O'NEIL, C. Weapons of math destruction. Nova Iorque: Crown, 2016.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO (OCDE). Disinformation and Russia's war of aggression against Ukraine. Paris: OECD Publishing, 2022. https://doi.org/10.1787/37f88b35-en

PARISER, E. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

POHLE, J.; THIEL, T. Digital sovereignty. Internet Policy Review, v. 9, n. 4, 2020. https://doi.org/10.14763/2020.4.1532

REBER, R.; SCHWARZ, N.; WINKIELMAN, P. Processing fluency and aesthetic pleasure: is beauty in the perceiver's processing experience? Personality and Social Psychology Review, v. 8, n. 4, p. 364-382, 2004.

RESENDE, G. et al. (Mis)information dissemination in WhatsApp: gathering, analyzing and counter-measures. Proceedings of The Web Conference 2019. Nova Iorque: ACM, 2019. p. 818-828.

RID, T. Medidas ativas: a história secreta da desinformação e da guerra política. São Paulo: Contexto, 2021.

SRNICEK, N. Platform capitalism. Cambridge: Polity, 2017.

STOPFAKE. Fake: victims of Russian shelling of Mariupol maternity hospital staged. [S.l.]: StopFake, 2022. Disponível em: https://www.stopfake.org/en/fake-victims-of-russian-shelling-of-mariupol-maternity-hospital-staged/. Acesso em: 21 jan. 2026.

SUBRAMANIAN, S. Inside the Macedonian fake-news complex. Wired, San Francisco, 15 fev. 2017.

SUNSTEIN, C. R. República.com. Rio de Janeiro: Revan, 2003.
UNITED STATES DEPARTMENT OF JUSTICE. Report on the investigation into Russian interference in the 2016 presidential election (Mueller Report). Washington, DC: U.S. DOJ, 2019.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. The platform society: public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. Science, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Estrasburgo: Conselho da Europa, 2017.

WOOLLEY, S. C.; HOWARD, P. N. (Ed.). Computational propaganda: political parties, politicians, and political manipulation on social media. Oxford: Oxford University Press, 2018.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). Infodemic. Genebra: WHO, 2020. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/infodemic. Acesso em: 21 jan. 2026.